

Cooperativismo e interprofesional en la IV Muestra Provincial de Cunicultura de Castellón

Albert Gurri Lloveras (*)

Temas interesantes y candentes se trataron en las jornadas técnicas de la IV Muestra Provincial de Cunicultura celebrada en Benicarló (Castellón) del 13 al 15 de mayo, además de otros temas y actividades en torno al conejo.

En este artículo recogemos las impresiones de alguno de los conferenciantes y dejamos al lector que medite sobre ellas.

La Federación Provincial de Cunicultores de Castellón se formó a raíz de las conversaciones mantenidas entre los cunicultores de la provincia durante la III Muestra Provincial. Su primera prueba de fuego, además de su constitución y funcionamiento, ha sido la organización de esta IV Muestra Provincial, habiéndola superado con creces.

La Muestra

Durante los 3 días que ha durado la misma se han celebrado toda una serie de actos, no solamente dirigidos al cunicultor, sino que se ha querido aprovechar la oportunidad para promocionar el consumo de conejo en la zona.

Mientras se celebraban los diversos actos programados, se organizó una pequeña muestra comercial en el mismo recinto donde se celebraron los demás actos.

El sábado 14 tuvo lugar un concurso gastronómico con platos a base de conejo en dos vertientes: una para profesionales y otra para particulares con tres premios para cada uno consistentes en dinero en metálico y un trofeo.

Como acto festivo y de promoción, el do-

mingo día 15, y después de la clausura de la Muestra se elaboró una gigantesca paella a base de conejo para degustación y deleite gastronómico de todo el público asistente al acto.

El sábado se dedicó íntegramente a charlas técnicas en las que se trataron los siguientes temas:

- Instalaciones, manejo y estudio económico, por D. A. Nuévalos.

- Mejora de la producción, organización asociativa y comercialización, por D. T. Roca.

- Ciclización, uso de hormonas, genética aplicada, inseminación artificial, alimentación por fases, recogida de estiércol e informática, por D. C. Contera.

El viernes día 13 también se hicieron unas interesantes charlas técnicas sobre cooperativismo, interprofesionales y una mesa redonda sobre la situación actual que, por su interés, reproducimos a continuación.

Cooperativismo

Presentó el tema D. J. L. Chacón, técnico de la Conselleria de agricultura de la Generalitat Valenciana, cuya intervención podemos resumir en las siguientes líneas:

Las cooperativas y el cooperativismo tienen mala prensa debido a que del total de ellas que se han montado en el transcurso de los

(*) Dirección del autor: Real Escuela de Avicultura. Plana de Paraíso, 14 - 08350 Arenys de Mar (Barcelona).

años, no llega al 20% las que siguen funcionando en la actualidad. Los fracasos no han sido debidos a que la idea del cooperativismo sea mala, sino que han fracasado debido a la incompetencia de los Consejos Rectores y al desconocimiento de los derechos y obligaciones de los propios cooperativistas. Los socios cooperativistas deben preguntar periódicamente sobre los estados de las cuentas, puesto que en el momento en que se firma la entrada como socio en una cooperativa, son responsables de todo lo que allí ocurra. Esta pasividad de los socios que se han conformado con un "todo va bien" o un "no se preocupe y deje los números en nuestras manos", sin ejercer el control al que tienen derecho, ha llevado al fracaso a muchas cooperativas regidas por incompetentes u oportunistas.

El fin principal de una cooperativa es ganar dinero. Debe ser y actuar como una "empresa cooperativa".

El fin principal de una cooperativa es la de ganar dinero. Cubrir gastos no tiene sentido. Deben ser y actuar como una verdadera "empresa cooperativa". Para ello, deben proveerse de una mentalidad de conjunto, con capacidad para el análisis de los errores y con poder de reacción ante éstos.

La atomización del sector hace que la producción esté en manos de la demanda (sobretudo de las grandes cadenas de comercialización). Para que la producción pueda entrar en la cadena de la comercialización, o lo hace con mucho dinero (como socio) o no le queda más remedio que agruparse.

Para la creación de una cooperativa son precisos una serie de requisitos:

1) Un capital humano. Se precisan un mínimo de 5 personas físicas o jurídicas para poder crear una cooperativa. Por ejemplo, se puede crear una cooperativa a partir de 5 cunicultores, o de 4 cunicultores más un ayuntamiento o un matadero, etc.

2) La *necesidad* de la cooperativa. Mal planteamiento es aquel por el que se quiere crear una cooperativa con el único objeto de percibir las ayudas que otorga la Administración. Para la constitución y la posibilidad de poder funcionar a todos los efectos no se precisa ningún capital inicial.

3) Una verdadera ilusión conjunta en el proyecto.

4) Conocer el mercado. Es decir, que la producción tenga una cuota de mercado baja, que no haya excedentes.

Ante una nueva cooperativa, es muy importante formar a los futuros cooperativistas para que conozcan sus derechos y obligaciones, así como para que entiendan el verdadero espíritu del cooperativismo.

A la hora de constituir una cooperativa, no hay que temer el papeleo, sí que debe preocupar su funcionamiento diario. Los socios deben ejercer un control periódico de la misma si no se quieren tener luego sorpresas imprevistas.

Es muy importante formar a los futuros cooperativistas en sus derechos, deberes y espíritu cooperativista.

Las cooperativas deben ser, como mínimo, de dimensión comarcal. No tiene sentido que haya varias cooperativas de lo mismo en una comarca y que se hagan la competencia mutuamente.

Para finalizar, estableceremos los objetivos comunes del cooperativismo, que podemos resumir en los 3 puntos siguientes:

-Vender mejor.

-Reducción de costes.

-Lograr una presencia efectiva y de peso en el mercado.

IV MUESTRA PROVINCIAL DE CUNICULTURA



BENICARLO
13, 14 Y 15 DE MAYO DE 1994



ASOCIACION PEÑAGOLSA • ASOCIACION PLANA BAIXA • ASOCIACION PORTS-MAESTRAT
ASOCIACION MAESTRAZGO • ASOCIACION ALTO PALANCIA

Interprofesional

Habló del tema D. J. L. Bahamonte, Subdirector General de Política Alimentaria, en una extensa e interesantísima charla cuyos rasgos principales destacamos en las siguientes líneas:

El día 2 de mayo entró en el Congreso un proyecto de ley para la creación y regularización de las interprofesionales, que se prevé que pueda entrar en funcionamiento (caso de que se apruebe y con las modificaciones oportunas) a principios o mediados de otoño.

Hay que insistir en las campañas sobre los conceptos de dieta y salud más que en precios y comercialización.

Las interprofesionales pretenden la articulación entre las distintas fases de la producción agroalimentaria. Es decir, que en ella se

Detalle del folleto y cartel de presentación de esta Muestra.

intenta integrar a productores, transformadores y comercializadores para que tomen decisiones conjuntas. A este respecto cabe decir que no es preciso que los tres sectores se encuentren en la interprofesional (puesto que será difícil que la comercialización se agrupe para la interprofesional).

Otro objetivo de la inter-profesional es el de intentar impedir las producciones erráticas y estabilizar los precios. En otras palabras, se quiere evitar el que haya precios demasiado altos en un momento que inciten a aumentar la producción, con lo que se creará un excedente que lo hará bajar y causará una crisis más o menos grave en el sector (en parte lo que está ocurriendo ahora en la cunicultura).

Todas estas razones y objetivos apuntados nos hacen ver que la interprofesional precisará una gran estructura organizativa.

Dentro de la Unión Europea se piensa que las interprofesionales son imprescindibles para aumentar la competitividad, puesto que los mercados son cada vez más internacionales y en ellos no solamente compiten las diferentes empresas, sino también los países. Organizarse es aumentar la competitividad, puesto que con ello se aumenta la eficacia productiva.

La futura Ley de las interprofesionales va a constar, principalmente, de dos instrumentos. El primero de ellos permite la posibilidad en un sector de tomar acuerdos que sean de obligado cumplimiento para todo el sector, siendo necesario para ello que los dos tercios del mismo estén de acuerdo. El segundo permite a la interprofesional el tener poder para la recaudación de cuotas cuando vayan a realizarse acciones que así lo justifiquen. Esto permite la posibilidad del autofinanciamiento a partes iguales.

La naturaleza jurídica de la interprofesional es privada, por lo que no habrá intervención de la Administración pública. El Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (MAPA), solamente aprobará o no los acuerdos y realizará el control legal de los mismos.

¡ESTA ES LA SOLUCIÓN!
PARA SU INSTALACIÓN CUNICOLA



CUNINAVE

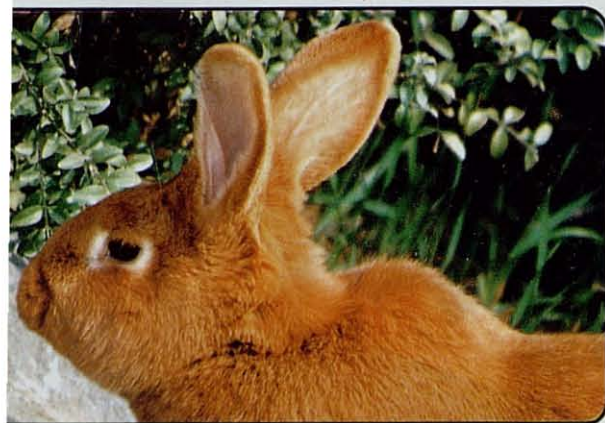
CERRAMIENTO MODULAR CUNÍCOLA



COPELE

**LA MÁS AVANZADA TECNOLOGÍA
EN INSTALACIONES GANADERAS**

FUNCIONALIDAD, PRESTACIONES Y PRECIO SIN COMPETENCIA
PÍDANOS INFORMACIÓN Y SE SORPRENDERÁ
COPELE
c/Altamira, 36 (30120) EL PALMAR (Murcia) - Tel (968) 88 27 25



LEONADO DE BORGOÑA
(Fauve de Bourgogne)



CALIFORNIA



CALICARDO SIAMES



NEO ZELANDES
(New Zeland)



BELIER



BOUSCAT

Disponemos de nuevas líneas
principalmente en Neozelandés
California.

Servicios a domicilio con camión
acondicionado.

¡VISITENOS!



CUNICULTURA FREIXER

GRANJA CAN RAFAEL

Especialistas en producción y razas de conejos

Nº 750/001 del Registro Oficial de Granjas Cuniculas de la Generalitat de Catalunya

C/. Pont, 48 - 08580 SANT QUIRZE DE BESORA (Barcelona) España

Granja Santa Maria de Besora, Ctra. de Vidrà, Km 5.600

Tel (93) 852 90 02 - Fax (93) 852 90 51

GRANJA ASOCIADA A:



A una interprofesional podrá pertenecer cualquier organización que represente al menos al 5% del sector.

En cuanto a los acuerdos que puede tomar las interprofesionales se encuentran:

-Todos aquéllos destinados a un mejor conocimiento y transparencia del mercado. Es decir, para investigar lo que incide sobre el sistema de precios.

-Para mejorar la calidad del producto, acondicionamiento del mismo, envasado...

-Promoción de programas de investigación y desarrollo para impulsar al sector. No va referido a la toma de acuerdos sobre la investigación básica, sino los destinados a la innovación de productos o programas de aplicación muy concreta.

-Promoción y difusión del producto. Para realizar campañas continuas de comunicación con el consumidor. El conejo tiene grandes posibilidades de conectar con los consumidores, sin embargo todavía no lo conocen suficientemente al haberse realizado campañas sectoriales, con pocos medios o mal dirigidas. Es preciso realizar campañas globales. Hay que insistir en las campañas sobre los conceptos de dieta y salud más que en precios y comercialización, puesto que está comprobado que existe una correlación muy directa entre las preferencias del consumidor y la salud.

-Facilitar la información adecuada a los intereses del consumidor. El consumidor adquiere los productos a través de una serie de ideas preestablecidas. En este punto juegan un papel importante las Organizaciones de Consumidores que, con sus actuaciones, pueden generar una crisis para un producto determinado.

-Mejoras del medio ambiente en las que esté involucrado el producto o el sector. Es una estrategia más.

-Adaptación de la producción a la demanda del mercado. Se trata de producir lo que se pide y poder reaccionar ante los cambios en la demanda, puesto que si no se hace, lo que se

produce en los consumidores es la sustitución del producto por otro.

Las interprofesionales pueden adoptar medidas que influyan directamente en el precio del producto, pero no pueden fijar o establecer el mismo.

Antes de que entre en vigor la nueva Ley, el sector debería estar previamente organizado.

Cada producto podrá tener su interprofesional e incluso habrá productos que puedan tener más de una interprofesional, por ejemplo, el cerdo puede tener una para el cerdo ibérico y otra para el resto, o el sector del tomate podrá tener una para el tomate natural y otra para el elaborado. El conejo es un producto determinado que puede tener su propia interprofesional por poco que se conjunten los sectores de producción y transformación (el de la comercialización es más difícil).

En Francia existe el CLIPP como interprofesional y cuyas actuaciones para el sector cunícola francés han sido las siguientes:

- *Promocionar el producto
- *Normalizar el producto
- *Colocar los excedentes (a España entre otros lugares).

Este proyecto de Ley ha entrado en el Congreso el 2 de mayo de este año, y se prevé que en un plazo de 3 a 4 meses pueda entrar en vigor, por lo que hacia el mes de noviembre ya se podría tener el texto.

La Administración se plantea la posibilidad de poder otorgar, al principio, ayudas para facilitar la implantación de las interprofesionales.

Es por ello por lo que antes de entrar en funcionamiento las interprofesionales, o lo que es lo mismo, antes de que entre en vigor la nueva Ley, el sector debería estar previamente organizado.

Existen todavía algunos puntos que no

En el concurso gastronómico ganaron las recetas de conejo relleno trufado en la categoría profesional y de conejo al horno en la amateur.



están suficientemente clasificados en el Proyecto de Ley, como es la circunstancia de que para la constitución de una interprofesional, el 5% necesario para ello deba referirse al número de empresas, de asociaciones o de productores. Sí que está claro que para la toma de decisiones dentro de un sector, las dos terceras partes van referidas al propio sector al que vayan a repercutir las medidas adoptadas.

Para adoptar las medidas oportunas en un sector, una vez que la interprofesional haya llegado a un acuerdo, deberá elevar el mismo al MAPA, el cual lo mandará al Consejo General (formado por el propio MAPA, los Ministerios de Comercio y de Sanidad, las Comunidades Autónomas y una serie de Organizaciones Agrarias, de industrias Agroalimentarias y de Consumidores). Si este Consejo General elabora un informe positivo, entonces el MAPA lo hace Orden Ministerial para que sea vinculante para el sector.

De momento ya existe una motivación para la estructuración y agrupación del sector cunícola español, el cual no debe dejar escapar esta oportunidad de modernizarse y de poder influir en el mercado.

Mesa Redonda

Con posterioridad a las charlas, tuvo lugar una Mesa Redonda en la que participaron los Sres: P. Sanz (Presidente de la Federación de Asociaciones Cúnicas de Cataluña), M. Domingo (Presidente de la Cooperativa de Productores de Cataluña), X. Arriolabengoa (Presidente de la Federación vasca y de CONACUN), E. González (Presidente de la

Cooperativa Cúnicola de Villamalea), A. Gil (Presidente de la SAT de Valderrobles) y G. Calpe (Presidenta de la SAT de Mas de las Matas).

Cada uno de los asistentes realizó una pequeña intervención inicial explicando su forma de funcionamiento para, a continuación, tratar sobre el tema de los precios percibidos y los marcados en Lonja. Sobre ello, los asistentes dijeron que los precios de las Lonjas son orientativos y que según la situación del mercado (es decir, el juego entre la oferta y la demanda), se aplican una serie de descuentos (en el caso de exceso de oferta) o de primas (que esto también se hizo cuando había carencia de conejos y nadie se quejaba).

Ahora bien, si el precio de la Lonja es orientativo (tomado de común acuerdo por representantes de mataderos y de cunicultores) y el precio a pagar definitivamente (es decir, aquel que decide el matadero) depende de las fluctuaciones entre la oferta y la demanda (es decir, si faltan o sobran conejos esa semana), ¿por qué si el precio de Lonja o el pagado por el consumidor es oscilante según las semanas y las condiciones del mercado, se aplican descuentos constantes a los cunicultores?. Es decir, ¿por qué se descuenta una cantidad fija y constante a lo largo de las semanas, independientemente de si el precio del conejo sube o baja más o menos?.

En principio se argumentó ante este hecho que los costes de sacrificio habían subido y era preciso recortar una cantidad del precio

para que el matadero no saliera perjudicado. A mí que me perdonen, pero esto no constituye ningún argumento. Si sabemos que la capacidad de sacrificio de los mataderos no está, ni mucho menos al 100%, es decir, no están optimizando ni trabajando con toda su capacidad de sacrificio, quiere decir que so-

bran mataderos. ¿Acaso tiene la culpa el cu-
nicultor de que no se haya llevado a cabo la
reestructuración del sector de mataderos y
que lo obsoleto de algunos deba repercutir en
sus ganancias?

Alguna respuesta clara deben tener estas
preguntas. Digo. ☐

Los niveles de FSH y su relación con la edad y la lactación

Según un estudio realizado en el departa-
mento de Producción Animal de la Universi-
dad Politécnica y del departamento de Bio-
química de la Facultad de Medicina de la
Universidad Complutense, ambos de Madrid,
se determinó la concentración plasmática de
FSH al final de la preñez y en los primeros días
post-parto en 160 conejas de raza California.

Las concentraciones plasmáticas medias
encontradas fueron mayores en hembras
múltiparas que en las primíparas $-3,1 \pm 0,1 \mu\text{g/l}$
vs $1,6 \pm 0,1 \mu\text{g/l}$; $p < 0,01$.

El nivel de lactación influyó en la reducción
de la concentración plasmática de FSH en los

días 9 y 11 post-parto en las conejas múltipa-
ras. A su vez, se detectó un aumento del nivel
de FSH durante el post-parto en todos los
casos en relación a los niveles del final de
gestación.

Los datos obtenidos por J. M. Rodríguez-
Alvariño y col., sugieren que los niveles plas-
máticos medios de FSH observados durante
todo el periodo estudiado son influidos posi-
tivamente por la mayor edad de los animales, y
negativamente por un alto nivel de lactación.
El efecto negativo de la lactación sobre los
niveles plasmáticos de FSH podría estar me-
diatizado por el estímulo de la lactación y/o por
la liberación de Prolactina. ☐

¿CAMBIA SU DOMICILIO?

Por favor, comuníquenos su cambio con dos meses de anticipación. Esto ayudará a que sigamos enviándole puntualmente sus revistas.

Envíe este boletín a: CUNICULTURA. Plana del Paraíso, 14.

08350 Arenys de Mar (Barcelona). Tel (93) 792 11 37. Fax (93) 792 15 37.

Por favor, escriba aquí
con claridad su **anterior**
dirección

Nombre _____
Anterior dirección _____

Por favor, escriba aquí
con claridad su **nueva**
dirección

Nueva dirección _____

IMPORTANTE: Si le es posible, junto con este cupón, recorte la dirección del último sobre que recibió con la revista. De este modo nos facilitará la tarea. Gracias.